

DAFTAR PUSTAKA

- Abdurachman Ujjianto. 2004. Analisis Faktor-Faktor yang Menimbulkan Kecenderungan Minat Beli Konsumen Sarung (Studi Perilaku Konsumen) Sarung di Jawa Timur.
- Ahira, Annehira. (2013). Peluang Bisnis. <http://www.anneahira.com/peluang-bisnis-kuliner.htm>. Diunduh pada 1 Agustus 2016 pukul 20.00
- Arikunto, Suharsimi. (2002). Prosedur Penelitian- Suatu Pendekatan Praktik. Jakarta: Rineka Cipta
- Baker, J, Grewel, D., & Parasuraman, A, 1994, The Influence of Store Environment on Quality Inferences and Store Image. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 22, 328-329.
- Barry, Berman dan Evans, Joel, 1997, *Marketing*, Seventh edition, New Jersey:Prentice Hall. Inc.
- Berman, Barry. Evans, Joel R. (1992). *Retail Management* (11th ed). New Jersey: Prentice Hall
- Chapman, Joe dan Russ Wahlers (1999), “A Revision and Empirical Test of The Extended Price Perceived Quality Model”, *Journal Of Marketing*, p.53-64.
- Cronin, J Joseph, Jr, and Steven A Taylor, 1992, Measuring Service Quality: A Reexamination and Extension, *Journal Of Marketing* vol 56.
- Ferdinand A, (2002). *Structural Equation Modelling Dalam Peneltian Manajemen*. Edisi 2, Seri Pustaka Kunci 03/BP UNDIP. (2006). *Metode Penelitian Manajemen: Pedoman Penelitian Untuk Penulisan Skripsi, Tesis dan Disertasi Ilmu Manajemen*. Badan Penerbit Universitas. Diponegoro, Semarang.
- Fornel, Claes, 1992, A National Customer Satisfaction Barometer: The Swedish Experience, *Journal Of Marketing* vol 56.

- Ghozali, I, 2006, Aplikasi Analisis Multivariat Dengan Program SPSS. Edisi 3. Andi: Yogyakarta.
- Umar, Husein. (2003). Metode Penelitian : Untuk Skripsi dan Tesis Bisnis. Jakarta: Raja Grafindo Persada
- Kotler, Philip, 1973, Atmospherics as a Marketing Tool. Journal of Retailing. 4, 48-64.
- Kotler, Philip., 2005, Manajemen Pemasaran, Edisi Kesebelas, Jilid 2, Edisi Bahasa Indonesia, Jakarta: Penerbit Indeks.
- Kotler, Philip Dan Kevin Lane Keller. 2007. Manajemen Pemasaran. Edisi Kedua Belas. Indeks : Jakarta.
- Kotler, Philip. And Keller, Kevin. (2009)119. *Marketing Mangement* 13e. Alih bahasa Bob Sabran, Manajemen Pemasaran, Edisi Ketiga Belas. Jakarta: Erlangga.
- Levy, Michael, & Weitz, Bortom A, 2001, Retailing Management, Fourth edition, Richard D. Irwin Inc.
- Levy, Michael, & Weitz, Bortom A, 2001, *Retailing Management*, Fourth edition,
- Li, Chieh-Lu dan Joohyun Lee (2001), "Dimensions Of Service and Their Influence on Intention to Repurchase", Departement Of Leisure Studies Penn State University.
- Mowen, John C. dan Michael Minor. 2001. Perilaku Konsumen. Diterjemahkan oleh: Dr. Dwi Kartini Yahya,S.E., Spec., Lic. Edisi kelima. Jakarta: Erlangga.
- Nawawi, H. Dan Martini, M. Penelitian Terapan. Yogyakarta : Gadjah Mada Universiry Press. 1994,
- Parasuraman, A, Berry, LL., Zeithanil, VA., dan Berry, Leonard L. 1998. "SERVQUAL : A Multi-item Puspitasari, A., & Soenhadji, I. (2010). Faktor - Faktor Yang memengaruhi minat Konsumen Membeli Produk mie Instan Indomie. Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Gunadarma, 2010

- Peter, J. Paul & Jerry C. Olson, 1999, *Consumer Behavior Prilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran*, Edisi 4, Jilid 1, Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Ratminto dan Atik Winarsih. 2005. *Manajemen Pelayanan*. Pustaka Pelajar: Yogyakarta.
- Riduwan. (2011). *Dasar-dasar Statistika*. Bandung: Alfabeta
- Ruyter, K.D, Martin Wetzels and Jos Lemmink, 1996, The Power of Perceived Service Quality in International Marketing Channels, *European Journal of Marketing*, Vol 30 No 12, pp 22-38
- Scale to Measuring Consumer Perceptions of Service Quality”, *Journal Of Retailing*, Vol 64 No.1 H 12-40.
- Schiffman, Leon G and Leslie Lazar Kanuk. (2002). *Perilaku Konsumen*. Jakarta: PT. Indeks
- Sekaran, Uma. (2007). *Metodologi Penelitian Untuk Bisnis* (Buku 1, Edisi 4). Jakarta: Salemba Empa
- Simamora, B. (2002). *Memenangkan Pasar dengan Pemasaran Efektif dan Profitabel*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Sugiyono. (2007). *Statistika Untuk Penelitian*. Bandung: Alfabeta
- Sugiyono. (2010). *Metode Penelitian Kuantitatif & RND*. Bandung: Alfabeta
- Supranto.J. 2006. *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan*. Cetakan Ketiga. Rineka Cipta: Jakarta.
- Sutisna dan Pawitra dan Pawitra, 2001, *Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran*, Bandung: Penerbit PT. Remaja Rosdakarya.
- Sutisna dan Pawitra dan Pawitra, 2001, *Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran*, Bandung: Penerbit PT. Remaja Rosdakarya.
- Suradi, Mujiono, & Asra, Y. (2012). *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Beli Konsumen Terhadap Produk Tepung Sagu (Studi Kasus Pada Masyarakat Desa Selat Akar Merbau)*. Manajemen dan Bisnis.

Supranto.J. 2006. Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan. Cetakan Ketiga. Rineka Cipta: Jakarta.

Zeithaml, Valarie A., 1988, Consumer Perceptions of Price, Quality, and Value: A Means-End Model and Synthesis of Evidence, Journal of Marketing, Vol.52